

**EFEK MODERASI KETERLIBATAN PRODUK PADA PENGARUH  
PENGETAHUAN PRODUK DAN PERSEPSI CITRA NEGARA ASAL  
TERHADAP KEPUTUSAN BELI KONSUMEN MOTOR VESPA**

***MODERATION EFFECT OF PRODUCT ENGAGEMENT ON THE  
INFLUENCE OF PRODUCT KNOWLEDGE AND COUNTRY OF ORIGIN'S  
IMAGE PERCEPTION ON CONSUMER'S PURCHASE DECISION OF VESPA  
MOTORCYCLE***

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**KRISMA ARDYAN**

**20160410091**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN

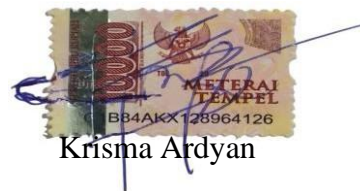
Dengan ini saya,

Nama : Krisma Ardyan

Nomor Mahasiswa : 20160410091

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“EFEK MODERASI KETERLIBATAN PRODUK PADA PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN PERSEPSI CITRA NEGARA ASAL TERHADAP KEPUTUSAN BELI KONSUMEN MOTOR VESPA”** bukan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 Desember 2022



Krisma Ardyan

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat serta anugerah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Orangtua tercinta, yaitu Ibu Sri Sudiningsih. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa yang selalu dipanjatkan dan dukungan yang selalu diberikan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Om Jun, Tante Rini, Tante Ani, Mbak Mela, Riki, Pungki, Mas Senda yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Indah Fatmawati, selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dan membantu dengan sabar.
4. Teman-teman seperjuangan selama kuliah. Ardiansyah, Agung, Olga, Chandra, Anugrah, Hamdan, Fendy, Bayu, dan Septian yang tidak henti memberikan motivasi menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat tercinta, Iqbal, Radit, Alvin, Olan, Fateh, Rizky, Izzati, Hani, Nadia, yang selalu memberikan semangat.
6. Diri saya sendiri, yang sudah berjuang sampai di titik ini dan terus berusaha dan bersabar menyelesaikan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan Ridho dan Rahmat-Nya serta memberikan kemudahan, kesempatan, kesehatan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “EFEK MODERASI KETERLIBATAN PRODUK PADA PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN PERSEPSI CITRA NEGARA ASAL TERHADAP KEPUTUSAN BELI KONSUMEN MOTOR VESPA”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah banyak membantu selama proses perkuliahan.
5. Bapak, Ibu, dan adik yang senantiasa memberikan doa dan dukungan serta perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, serta semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, 23 Desember 2022



Krisma Ardyan

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
INTISARI .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang penelitian .....	2
1.2 Perumusan masalah .....	15
1.3 Pertanyaan penelitian .....	16
1.4 Tujuan penelitian .....	16
BAB II .....	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1. Landasan teori.....	18
2.2. Hubungan Antar Variable .....	27
2.2.1 Hubungan Citra Negara Asal Berpengaruh Terhadap Keputusan Beli Konsumen.....	27
2.2.2 Hubungan Pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan beli konsumen.....	31
2.2.3 Hubungan Keterlibatan Produk Memoderasi Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Keputusan Beli Konsumen .....	33
2.2.4 Keterlibatan Produk Memoderasi pada Pengetahuan Produk dan Keputusan Beli Konsumen.....	37

<b>BAB III</b> .....	42
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	42
<b>3.1. Pendekatan dan Desain Penelitian</b> .....	42
<b>3.2. Responden dan Setting Penelitian</b> .....	43
<b>3.3. Metode Penyampelan</b> .....	43
<b>3.4. Metode Pengumpulan Data</b> .....	44
<b>3.5. Identifikasi variabel penelitian</b> .....	44
<b>3.6. Definisi Operasional</b> .....	45
<b>3.7. Pengujian Instrumen Penelitian</b> .....	49
<b>3.8. Analisis Data</b> .....	50
<b>BAB IV</b> .....	53
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	53
<b>4.1. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian</b> .....	53
<b>4.1.1 Gambaran Umum Vespa</b> .....	53
<b>4.1.2 Deskripsi responden penelitian</b> .....	54
<b>4.2. Pengujian Kualitas Instrumen</b> .....	56
<b>4.3. Statistik Deskriptif</b> .....	60
<b>4.4. Proses Analisis Data</b> .....	64
<b>4.5. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	80
<b>BAB V</b> .....	85
<b>SIMPULAN, KETERBATASAN. DAN SARAN PENELITIAN</b> .....	85
<b>5.1. Simpulan</b> .....	85
<b>5.2. Keterbatasan Penelitian</b> .....	86
<b>5.3. Saran</b> .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perdagangan Besar dan Eceran, Bengkel Mobil dan Sepeda Motor .....	4
Tabel 1. 2 Penjualan Sepeda Motor terbanyak Indonesia 2022.....	7
Tabel 1. 3 Contoh popularitas tentang COO .....	8
Tabel 2. 1 Temuan Riset Terdahulu .....	26
Tabel 2. 2 Temuan Riset Sebelumnya Tentang Citra Negara Asal Berpengaruh Terhadap Keputusan Beli Konsumen.....	28
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Beli Konsumen.....	32
Tabel 2. 4 Temuan Riset Terdahulu Keterlibatan Produk Memoderasi Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Keputusan Beli Konsumen.....	35
Tabel 2. 5 Temuan Riset Terdahulu Tentang Keterlibatan produk memoderasi pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan beli konsumen.....	38
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	55
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4. 3 Interpretasi Kelas Interval .....	61
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Negara Asal .....	61
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk.....	62
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Keterlibatan Produk .....	63
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Keputusan Beli Konsumen.....	64
Tabel 4. 8 Uji Normalitas Data .....	69
Tabel 4. 9 Pengujian Normalitas <i>Outliers</i> .....	73
Tabel 4. 10 Computation of degrees of freedom (Default model) .....	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Goodness-of-fit</i> Indeks .....	74
Tabel 4. 12 Hubungan Antar Variabel.....	76
Tabel 4. 13 Hubungan Antar Variabel.....	78



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Market Share Penjuakan Sepeda Motor Indonesia 2022 .....	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	40
Gambar 4. 1 Diagram Jalur .....	66
Gambar 4. 2 Model Penelitian <i>Output</i> AMOS.....	67
Gambar 4. 3 Model Pengaruh Langsung .....	76
Gambar 4. 4 Model Pengaruh Moderasi .....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian.....	94
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	99
Lampiran 3 Uji Kualitas Instrumen.....	119
Lampiran 4 Uji Statistik Deskriptif .....	120
Lampiran 5 Model Struktural.....	122
Lampiran 6 Uji Normalitas .....	123
Lampiran 7 UJI OUTLIER.....	124
Lampiran 8 Degrees Of Freedom.....	127
Lampiran 9 Model Fit .....	127
Lampiran 10 Uji Hipotesis .....	128
Lampiran 11 Uji Moderasi .....	130



